

## **LAPORAN TUGAS AKHIR**

### **PERAN *MARKETING COMMUNICATION* SOLO PARAGON *LIFESTYLE***

### ***MALL* DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PENGUNJUNG**

### **MELALUI PENYELENGGARAAN PROMOSI DAN *EVENT***



Disusun Oleh :

**BAYU NOORYADIN**

**D1614014**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh

Gelar Ahli Madya (A.Md) Dalam Bidang Komunikasi Terapan

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III KOMUNIKASI TERAPAN**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

**UNIVERSITAS SEBELAS MARET**

**SURAKARTA**

**2017**

## **PERSETUJUAN**

### **PERAN *MARKETING COMMUNICATION* SOLO PARAGON *LIFESTYLE* *MALL* DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PENGUNJUNG MELALUI PENYELENGGARAAN PROMOSI DAN *EVENT***

Disusun Oleh:

NAMA : BAYU NOORYADIN  
NIM : D1614014  
KONSENTRASI : HUBUNGAN MASYARAKAT

Disetujui untuk dipertahankan dihadapan Panitia Ujian Tugas Akhir

Program Studi Diploma III Komunikasi Terapan

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Sebelas Maret Surakarta

Surakarta, 05 Juni 2017

Pembimbing,



Anggita Sari Pramiardhani, S.S.

NIP: -

## PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diuji dan disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir

Program Studi D III Komunikasi Terapan

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta

Hari : Rabu

Tanggal : 14 Juni 2017

Disusun Oleh:

BAYU NOORYADIN

D1614014

Panitia Ujian Tugas Akhir

Nama

Tanda Tangan

1. Penguji 1

Drs. Joko Sadoso Priyo, M.M.



2. Penguji 2

Anggita Sari Pramardhani, S.S.



Mengetahui.

Dekan,



Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nurhaeni, M.Si

NIP. 196108251986012001

## PERNYATAAN

Nama : Bayu Nooryadin  
NIM : D1614014  
Konsentrasi : Hubungan Masyarakat

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir berjudul “ PERAN *MARKETING COMMUNICATION* SOLO PARAGON *LIFESTYLE MALL* DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PENGUNJUNG MELALUI PENYELENGGARAAN PROMOSI DAN *EVENT* “ adalah betul-betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam tugas akhir tersebut diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan tugas akhir dan gelar yang saya peroleh dari tugas akhir tersebut.

Surakarta, 05 Juni 2017

Yang Membuat Pernyataan,



Bayu Nooryadin

## **MOTTO**

Orang yang menuntut ilmu berarti menuntut rahmat,  
orang yang menuntut ilmu berarti menjalankan rukun Islam  
dan Pahala yang diberikan sama dengan para Nabi.

(HR. Dailani dari Anas r.a)

Diharamkan terhadap api neraka tiap-tiap orang lemah lembut  
lagi murah senyum juga dermawan kepada orang lain.

(HR. Ahmad)

Jadilah kamu manusia yang pada kelahiranmu semua orang  
tertawa bahagia, tetapi hanya kamu sendiri yang menangis  
dan pada kematianmu semua orang menangis sedih, tetapi hanya  
kamu sendiri yang tersenyum.

(Mahatma Gandhi)

## **PERSEMBAHAN**

Tugas Akhir ini kupersembahkan dengan ketulusan hati beserta kebahagiaan kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini dan dalam hidup penulis.
2. Bapak dan Mama tercinta, semoga Allah SWT membalas kebaikan-kebaikannya. Doa, dukungan, dan kasih sayang beliau selalu mengiringi perjalanan penulis hingga sampai pada tahap sekarang ini.
3. Kakakku Thofan Nooryadin dan adikku Putri Indah Alisya Nooryadin serta seluruh keluarga besar yang telah memberikan doa, dukungan, perhatian, dan kasih sayang setiap waktu.
4. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Terapan, yang telah memberikan ilmu yang berharga bagi penulis.
5. Sahabat dan temanku, yang telah banyak memberi inspirasi dan dukungan.

## KATA PENGANTAR

Assalmu'alaikum Wr. Wb.

Bismillahirrahmanirrahim, segala puji syukur kehadiran Allah SWT, yang senantiasa tetap melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya. Sholawat serta salam semoga terlimpah kepada Nabi Muhammad SAW. Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul, **“PERAN *MARKETING COMMUNICATION* SOLO PARAGON *LIFESTYLE MALL* DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PENGUNJUNG MELALUI PENYELENGGARAAN PROMOSI DAN *EVENT*”**.

Melalui kegiatan Kuliah Kerja Media (KKM), penulis dapat menambah wawasan tentang *public relations* terutama dalam praktek nyatanya di dunia pekerjaan. Selain wawasan dan pengetahuan yang semakin meluas, Kuliah Kerja Media (KKM) juga merupakan kesempatan bagi penulis untuk menerapkan secara langsung ilmu tentang *public relations* di dalam dunia kerja yang selama ini telah penulis dapatkan di bangku kuliah. Kesempatan Kuliah Kerja Media (KKM) yang dilaksanakan penulis selama kurang lebih dua bulan di Solo Paragon *Lifestyle Mall* dimana manajemen pengelolanya adalah PT. Sunindo Gapura Prima telah memberikan banyak manfaat bagi penulis yang dapat digunakan oleh penulis sebagai modal nantinya di dunia pekerjaan setelah menyelesaikan pendidikan di Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Penulisan Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi tugas dan melengkapi syarat guna memperoleh sebutan Ahli Madya (A.Md) di bidang Komunikasi. Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis berusaha untuk memberikan yang terbaik agar Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis dan orang lain. Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis tentu saja menemui kendala dan hambatan, namun kendala dan hambatan tersebut tidak menjadi sebuah penghalang bagi penulis untuk menyusun Tugas Akhir ini, tetapi menjadi dorongan bagi penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir sebaik mungkin. Dengan bantuan pembimbing dan berbagai pihak lainnya, penulis dapat mengatasi kendala dan hambatan yang ada pada saat proses penyusunan Tugas Akhir ini.

Dari pelaksanaan Kuliah Kerja Media (KKM) hingga penulisan Tugas Akhir, penulis tidak banyak menemui kendala dan hambatan karena telah mendapatkan bantuan, dorongan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Atas bantuan, dorongan, dan bimbingan yang diberikan, penulis mengucapkan Terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ravik Karsidi, M.S. selaku Rektor Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Ibu Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nurhaeni, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Bapak Mahfud Anshori, S.Sos, M.Si. selaku Kepala Program Studi Diploma III Komunikasi Terapan.
4. Bapak Drs. Adolfo Eko Setyanto, M.S. selaku Dosen Pembimbing Akademik.



5. Ibu Anggita Sari Pramiardhani, S.S. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang selalu bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, masukan, dan arahan kepada penulis sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Bapak Drs. Joko Sadoso Priyo, M.M. selaku Dosen Penguji Tugas Akhir.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta Staf Program Studi Diploma III Komunikasi Terapan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
8. Bapak Budianto Wiharto selaku *Operational Director* Solo Paragon *Lifestyle Mall* (PT. Sunindo Gapura Prima).
9. Bapak Sudana Agung Nugraha selaku *Head of HR & GA Department* yang telah bersedia memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan Kuliah Kerja Media (KKM) selama kurang lebih dua bulan.
10. Bapak Aji Budi Saputro (*Supervisor Event & Promo*) selaku Pembimbing penulis selama melaksanakan Kuliah Kerja Media (KKM) yang telah bersedia membimbing dengan sabar, memberikan banyak ilmu dan pengalaman kepada penulis selama kurang lebih dua bulan serta memberikan data-data yang diperlukan penulis untuk mendukung penyusunan Tugas Akhir ini.
11. Ibu Veronica Lahji (*Head of Marketing Communication Department*), Ibu Sri (*Admin Marketing Communication*), Bapak Pitra Christiawan (*Public Relations Officer / Event Officer*), Ibu Laras (*Public Relations Officer*), Bapak Burhan (*Promo Officer*), Bapak Dito (*Exhibition Officer*), Bapak Arif (*Leasing Officer*), Ibu Sien (*Supervisor Casual Leasing*), Mas Ikhwan (*Design*

*Officer*), *Customer Relations Officer* (Mas Keyko, Mbak Laura, Mbak Tika, Mbak Anggel), Ibu Fitri (*Legal Officer*), Mbak Dwi (*Tax Officer*), *Tenant Relations Officer* (Pak Eko, Mbak Dea, Mas Ronald), *Operator Officer* (Bapak Sigit dan Mas Didi), Bapak Budi (Hubungan Masyarakat), Ibu Risa (*Head of Purchasing Department*), Mas William (*Office Boy*) dan seluruh pihak Manajemen Solo Paragon *Lifestyle Mall* lainnya yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat.

12. Kedua orangtua penulis, terimakasih atas segala hal yang telah diberikan kepada penulis hingga sekarang ini.
13. Seluruh keluarga besar penulis yang selalu memberikan doa, nasehat, dan dukungan.
14. Riza Arianto, Annas Sedayu dan Suci Adinda Mayang Sari yang selalu memberikan dukungan dan doa yang senantiasa menyertai penulis.
15. Teman-teman sejawat (Kartika Fitri Anjarwati, Ajeng Kusuma Putri, Reny Murfiatun, Nila Puspitorukmi, Melati, Ulfa Novidiyanti, Natasya Ayu, Larasati Dyah Kusuma, Sekar Ariyani A.P, Nawang Wulandari, Dessy Estiningrum) yang telah mendukung dan memberikan nasehat untuk tetap semangat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
16. Teman-teman *Public Relations* B 2014 yang selalu ramai, heboh, dan narsis terimakasih atas kebersamaan yang diberikan, semoga tetap selalu kompak.
17. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan dalam penulisan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari adanya keterbatasan kemampuan sehingga hasil penulisan Tugas Akhir ini jauh dari kata sempurna dan masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna penyempurnaan Tugas Akhir ini.

Akhir kata, semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak terutama bagi para pembaca pada umumnya dan bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Surakarta, 05 Juni 2017

**Bayu Nooryadin**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
RINGKASAN.....	xx

### BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Tujuan Kuliah Kerja Media.....	6
C. Manfaat Kuliah Kerja Media.....	7
D. Tata Laksana Kegiatan .....	8

### BAB II. KERANGKA TEORI DAN *FOCUS OF INTEREST*

A. Kerangka Teori	
1. <i>Public Relations</i> .....	9
a. Definisi <i>Public Relations</i> .....	9

b. Fungsi <i>Public Relations</i> .....	12
c. Tujuan <i>Public Relations</i> .....	13
d. Peran <i>Public Relations</i> .....	15
e. Tugas <i>Public Relations</i> .....	16
f. Ruang Lingkup <i>Public Relations</i> .....	17
g. Ruang Lingkup Pekerjaan <i>Public Relations</i> .....	19
2. <i>Marketing</i> .....	20
a. Definisi <i>Marketing</i> .....	20
b. Tujuan <i>Marketing</i> .....	22
3. Kerjasama <i>Public Relations</i> dan <i>Marketing</i> .....	23
4. <i>Marketing Communication</i> .....	25
a. Definisi <i>Marketing Communication</i> .....	25
b. Proses <i>Marketing Communication</i> .....	26
c. Bauran <i>Marketing Communication</i> .....	28
d. Mengembangkan <i>Marketing Communication</i> yang Efektif.....	30
 B. <i>Focus Of Interest</i>	
1. Promosi dan <i>Event</i> .....	31
2. Kepuasan Pelanggan (Pengunjung).....	33

### **BAB III. PROFIL INSTANSI MITRA**

A. Sejarah Perusahaan.....	37
B. Visi dan Misi Perusahaan .....	39
C. Logo Perusahaan .....	40

D. Lokasi Perusahaan .....	41
E. Pertumbuhan Perusahaan.....	42
F. Struktur Organisasi Perusahaan.....	48
G. <i>Job Description</i> Perusahaan.....	48

#### **BAB IV. PELAKSANAAN KULIAH KERJA MEDIA**

A. Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kuliah Kerja Media .....	52
B. Penanggung Jawab Kuliah Kerja Media .....	53
C. Pelaksanaan Kuliah Kerja Media.....	53
D. Laporan Kegiatan Kuliah Kerja Media.....	57
E. Peran <i>Marketing Communication</i> Solo Paragon <i>Lifestyle Mall</i> dalam Promosi dan <i>Event</i> .....	68
1. Peran <i>Marketing Communication</i> Solo Paragon <i>Lifestyle</i> <i>Mall</i> dalam Promosi.....	68
2. Peran <i>Marketing Communication</i> Solo Paragon <i>Lifestyle</i> <i>Mall</i> dalam <i>Event</i> .....	73
F. Peran <i>Marketing Communication</i> Solo Paragon <i>Lifestyle Mall</i> dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Pengunjung) .....	77
G. Kesulitan atau Kendala yang Dihadapi.....	78
H. Cara yang Telah Dilakukan Untuk Mengatasi Kesulitan .....	79
I. Kemajuan yang Telah Dicapai.....	80

## **BAB V. PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	83
B. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN.....	91

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Logo PT. Sunindo Gapura Prima.....	40
Gambar 3.2	Lokasi Solo Paragon <i>Lifestyle Mall</i> .....	41
Gambar 3.3	<i>Layout Lantai Lower Ground (LG) Solo Paragon Lifestyle Mall</i> .....	42
Gambar 3.4	<i>Layout Lantai Ground Floor (GF) Solo Paragon Lifestyle Mall</i> .....	43
Gambar 3.5	<i>Layout Lantai Upper Ground (UG) Solo Paragon Lifestyle Mall</i> .....	45
Gambar 3.6	<i>Layout Lantai First Floor (FF) Solo Paragon Lifestyle Mall</i> .....	46
Gambar 3.7	Struktur Organisasi Solo Paragon <i>Lifestyle Mall</i> .....	48



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Tugas
- Lampiran 2 : Surat Konfirmasi Kuliah Kerja Media
- Lampiran 3 : Surat Selesai Kuliah Kerja Media
- Lampiran 4 : *Form* Penilaian Kuliah Kerja Media
- Lampiran 5 : Laporan Periodik Minggu Pertama
- Lampiran 6 : Laporan Periodik Minggu Kedua
- Lampiran 7 : Laporan Periodik Minggu Ketiga
- Lampiran 8 : Laporan Periodik Minggu Keempat
- Lampiran 9 : Laporan Periodik Minggu Kelima
- Lampiran 10 : Laporan Periodik Minggu Keenam
- Lampiran 11 : Laporan Periodik Minggu Ketujuh
- Lampiran 12 : Laporan Periodik Minggu Kedelapan
- Lampiran 13 : Laporan Periodik Minggu Kesembilan
- Lampiran 14 : Ketika Penulis Sedang Melaksanakan Kuliah Kerja Media
- Lampiran 15 : Salah Satu Hasil Kliping Dari Media Cetak dan Media *Online*

- Lampiran 16 : Ketika Penulis Sedang Bertugas Mengganti *Poster Lift, Poster Pylon*, dan *Flag Banner*
- Lampiran 17 : Ketika Penulis Sedang Melakukan *Event Monitoring*
- Lampiran 18 : Salah Satu Hasil Dokumentasi yang Dibuat Oleh Penulis
- Lampiran 19 : *Meet and Greet* Pemain *Dear Nathan* Sapa Solo (Media Cetak Koran Solo)
- Lampiran 20 : *Release Event Meet and Greet Trinity The Nekad Traveller*
- Lampiran 21 : Akun *Social Media Facebook* dan *Twitter* Milik Solo Paragon *Lifestyle Mall*
- Lampiran 22 : Salah Satu Postingan Penulis di *Social Media Facebook* dan *Twitter* Milik Solo Paragon *Lifestyle Mall*
- Lampiran 23 : Ketika Penulis Sedang Mempersiapkan dan Mengantarkan Undangan *Event Meet and Greet Trinity The Nekad Traveller*
- Lampiran 24 : Ketika Penulis Sedang Bertugas Selama Melaksanakan Kuliah Kerja Media
- Lampiran 25 : Brosur *Event Earth Hour* dan Ketika Acara *Talk Show*
- Lampiran 26 : Surat Pemberitahuan *Deposit* Sewa Media Promo
- Lampiran 27 : Beberapa Gambar Eks *Tenant Payless*

- Lampiran 28 : Beberapa Gambar Eks *Tenant* Calais
- Lampiran 29 : Mitra *Tenant* Baru, *Happy's Helmet Wash*
- Lampiran 30 : Acara Rebo Melodi dan Kedatangan Ibu Sujatmi Notomihardjo  
Beserta Rombongan
- Lampiran 31 : Ketika Penulis Menghadiri Acara Gathering
- Lampiran 32 : Ketika Penulis Berada di Pasar Gede Surakarta dan Menjemput  
Mbah Katinem
- Lampiran 33 : Ketika Penulis Menemani Mbah Katinem
- Lampiran 34 : Hasil Data Pengukuran Area dan Brosur *Display*
- Lampiran 35 : *Join The Global Celebration Earth Hour Lights Out, Flaming  
Candle In* (Media Cetak Joglosemar)
- Lampiran 36 : *Panorama Building Material EXPO'17* (Media Cetak Joglosemar  
dan Solopos)
- Lampiran 37 : Solo Paragon *Priority Card*
- Lampiran 38 : Media Promosi *Poster Lift*
- Lampiran 39 : Media Promosi *Poster Pylon*
- Lampiran 40 : Media Promosi *Flag Banner*

## RINGKASAN

**Bayu Nooryadin, 2017, D1614014, PERAN *MARKETING COMMUNICATION* SOLO PARAGON *LIFESTYLE MALL* DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PENGUNJUNG MELALUI PENYELENGGARAAN PROMOSI DAN *EVENT*.**

Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Media (KKM) di Solo Paragon *Lifestyle Mall* dimana manajemen pengelolanya adalah PT. Sunindo Gapura Prima, yang beralamat di Jl. Yosodipuro No. 133 Mangkubumen, Surakarta, Kota Surakarta, Jawa Tengah. KKM dilaksanakan penulis selama kurang lebih dua bulan, dimulai dari tanggal 01 Maret 2017 sampai 28 April 2017. Pelaksanaan KKM ini bertujuan untuk menerapkan ilmu yang telah didapatkan penulis selama di bangku perkuliahan dan sebagai syarat untuk memenuhi Tugas Akhir Diploma III Komunikasi Terapan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Di era modern saat ini pusat perbelanjaan atau yang biasa disebut '*mall*' merupakan istilah yang tidak asing lagi bagi masyarakat. Kini *mall* tidak hanya berfungsi sebagai tempat bertemunya pedagang dan pembeli tetapi juga sebagai sarana untuk berinteraksi, bersosialisasi, berkumpul, dan rekreasi. Peran manajemen sangat berpengaruh untuk kemajuan dan perkembangan *mall*, maka dari itu diperlukan kesadaran bagi manajemen bahwa pengunjung atau konsumen merupakan hal yang sangat penting untuk menunjang keberhasilan sebuah *mall*. Banyaknya *mall* di Kota Solo dan sekitarnya membuat persaingan semakin ketat. Peningkatan *traffic* pengunjung dan kepuasan pengunjung masih menjadi fokus utama bagi Solo Paragon *Lifestyle Mall* terutama bagi divisi *marketing communication* dan salah satu faktor penentu meningkatkan *traffic* pengunjung dan kepuasan pengunjung adalah dengan cara pembuatan acara promosi dan *event*.

Perusahaan melalui divisi *marketing communications* menggunakan periklanan, penjualan *personal*, promosi penjualan, hubungan masyarakat (*public relations*), pemasaran langsung, dan *event* untuk memberikan informasi yang diharapkan dapat memberitahukan, membujuk, dan mempengaruhi pembelian konsumen serta diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pengunjung.

Selama melaksanakan KKM, penulis melakukan kegiatan antara lain adalah media *monitoring*, membuat klipng, *event monitoring*, membuat dokumentasi, mengganti media promosi, dan mengelola *social media* (*facebook* dan *twitter*).

Berdasarkan seluruh kegiatan KKM yang telah dilaksanakan oleh penulis, maka Tugas Akhir ini diberi judul "Peran *Marketing Communication* Solo Paragon *Lifestyle Mall* dalam Meningkatkan Kepuasan Pengunjung Melalui Penyelenggaraan Promosi dan *Event*".